

LOGO EINFÜGEN

PRESSEINFORMATION

Sehr spannender Titel **Lesung mit Hans Mustermann**

Wann/Uhrzeit

Veranstaltungsort mit Straße, Hausnummer und Postleitzahl

Eintritt frei [falls zutreffend]

Jeder Mensch freut sich, wenn er ordentliches Handwerkszeug bekommt, mit dem er vernünftig arbeiten kann. Das gilt auch für Redaktionen. Am besten ist eine Presseinfo so formuliert, dass der Text so, wie er ist, auch fertig in der Zeitung stehen kann. Das heißt: Hier muss nun ein richtig spannender Text stehen, den die Redaktionen eigentlich nur noch kopieren müssen, um eine fertige Ankündigung zu haben. Hier sollte also zum Beispiel keine Lyrik stehen und unbedingt mehr als eine reine Wiederholung dessen, was schon in der Überschrift steht. Bevor Ihr sie verschickt, lasst Eure Presseinfo von jemand anderem gegenlesen, unterstützt Euch dabei am besten auch gegenseitig. Denn das, was mir selbst vielleicht ganz logisch und kohärent vorkommt, wirft bei jemand anderem womöglich Fragen auf. Und eine wirre oder lückenhafte Pressemitteilung hat schlechtere Chancen, gedruckt zu werden.

Schreibt nicht zu knapp und nicht zu viel: Mindestens drei Sätze sollten es schon sein! Mehr als eine Seite ist meistens schon zu viel. „Und wenn das Ganze noch um ein Zitat von Euch ergänzt wird – umso besser“, sagt Hans Mustermann.

Übrigens: Die Redaktionen entscheiden selbst, was gedruckt wird und was nicht. Niemand hat automatisch einen Anspruch darauf, in der Zeitung erwähnt zu werden, bloß weil er oder sie eine Lesung organisiert. Wenn Eure Veranstaltung nicht angekündigt wird, nehmt es sportlich. So etwas kommt vor. Wer den Redaktionen womöglich penetrant auf die Nerven geht, weil er oder sie glaubt, seine Veranstaltung sei so wichtig, dass darüber berichtet werden *muss*, erhöht damit nicht unbedingt die Chancen auf Berichterstattung.

Entweder Ihr verschickt die Presseinfo als E-Mail-Anhang im pdf-Format oder ihr kopiert den kompletten Text in eine E-Mail hinein. Verwendet möglichst keine anderen Dateiformate, im besten Fall gibt es damit nur Formatierungsprobleme, im schlechtesten Fall lassen sie sich gar nicht erst öffnen.

Schickt Eure Presseinfo spätestens (!) zwei Wochen vor der Veranstaltung an: redaktion@die-norddeutsche.de, nord@weserreport.de, regina.drieling@das-blv.de (Vegesack und Blumenthal) und / oder antje.spitzner@das-blv.de (Burglesum).

Am Schluss Eures Textes sollten (nochmal) die formalen Angaben stehen: Was kostet der Eintritt? Wo findet die Lesung statt? Wenn um vorherige Anmeldung wird gebeten, dann müssen hier natürlich auch die Kontaktdaten stehen, die man braucht, um sich anzumelden, etc. Und damit auch alle von dem gemeinsamen Rahmen des Festivals profitieren, weil Eure Lesungen ja nicht nur eine Reihe von Einzellesungen sind, sollte am Schluss immer noch dieser Satz hier stehen:

Die Veranstaltung findet statt im Rahmen von „Gastgeber Sprache“, dem Literaturfestival für Bremen-Nord. Das gesamte Programm ist unter www.gastgebersprache.info abrufbar!!!!

Pressekontakt:

Hans Mustermann
Bremen-Norder Hauptstraße 123,
28123 Bremen
Telefon: 0421 / 123456
hans@mustermann.de